



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**INFLUENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, AMBIENTE LABORAL, FELICIDAD Y
MOTIVACIÓN EN EL DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR**

Trabajo Fin de Grado presentado por Gemma Benítez Rincón, siendo el tutor de la misma el profesor Dr. Francisco José Acedo González.

Tutor:

Alumno:

Dr. Francisco José Acedo González

Gemma Benítez Rincón

Curso 2017/2018

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación se centra en estudiar la influencia de la comunicación en la empresa, el ambiente laboral, la felicidad en el trabajo con el desempeño del trabajador en función de la motivación.

La muestra para esta investigación se ha conseguido a través de un cuestionario compuesto por 22 preguntas, realizadas a trabajadores por cuenta ajena de la provincia de Sevilla. A cada individuo se les ha proporcionado un test compuesto por diferentes preguntas que están agrupadas por bloques según las variables estudiadas. Dichas preguntas se han obtenido de red de revista científica de América Latina, el Caribe, España y Portugal. (Quintero et al, 2008) y de una tesis doctoral denominada percepción y satisfacción laboral (Porfirio,2016).

Tras el análisis de las variables estudiadas en esta investigación sobre las variables se obtienen diferentes datos, aunque solo una de las relaciones muestra una correlación significativa.

Los resultados obtenidos muestran que el ambiente laboral es la única variable significativa, por tanto, es la variable que ejerce mayor influencia en el desempeño laboral. Además, al realizar la regresión se ha comprobado que el sexo es también significativo. Mientras que las variables, comunicación y felicidad laboral no lo son.

PALABRAS CLAVES

Comunicación, desempeño laboral, felicidad, productividad, relaciones humanas.

ABSTRACT

The main objective of this research focuses on studying the influence of communication on the company, the work environment, happiness at work with the performance of the worker based on motivation.

The sample for this research has been obtained through a questionnaire composed of 22 questions, made to employed workers in the province of Seville. Everyone has been provided with a test composed of different questions that are grouped by blocks according to the variables studied. These questions have been obtained from the scientific journal network of Latin America, the Caribbean, Spain and Portugal. (Quintero et al, 2008) and a doctoral thesis called perception and job satisfaction as precursors of staff turnover (Porfirio,2016).

After the analysis of the variables studied in this research on the variables, different data are obtained, although only one of the relationships shows a significant correlation.

The results obtained show that the work environment is the only significant variable, therefore, it is the variable that exerts the greatest influence on job performance. In addition, when performing the regression, it has been proven that sex is also significant. While the variables, communication and work happiness are not.

KEYWORDS

Communication, work performance, happiness, productivity, human relations.

ÍNDICE

1. JUSTIFICACIÓN.....	4
2. MARCO TEÓRICO	4
2.1. IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES HUMANAS	4
2.2. CONSIDERACIONES DEL EXPERIMENTO DE HAWTHORN	6
2.3. COMUNICACIÓN INTERNA EN LAS ORGANIZACIONES	7
2.4. COMUNICACIÓN ASCENDENTE.....	10
2.5. COMUNICACIÓN HORIZONTAL O LATERAL	10
2.6. INFLUENCIA DE LA MOTIVACIÓN EN LA EMPRESA.....	10
2.6.1. MODELO DE HERZBERG	11
2.6.2. TEORIA DE LAS EXPECTATIVAS	12
2.6.3. TEORÍA DE LA EQUIDAD	13
2.6.4. TEORIA X/Y MCGREGOR	14
2.7. LA FELICIDAD LABORAL	14
2.7.1. DIRECTOR DE FELICIDAD	16
2.8. AMBIENTE LABORAL	17
2.8.1. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL AMBIENTE LABORAL	18
2.8.1.1. TRABAJO EN EQUIPO.....	19
2.8.1.2. CAPACITACIÓN DEL TRABAJADOR	19
2.8.1.3. OPORTUNIDADES DE CARRERA DENTRO DE LA EMPESA.....	20
3. OBJETIVOS.....	20
4. METODOLOGÍA	20
5. RESULTADOS.....	22
6. CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y VALORACIÓN PERSONAL	32
7. BIBLIOGRAFIA	33
8. ANEXO	35

1. JUSTIFICACIÓN

A lo largo de mi trayectoria académica he ido adquiriendo conocimientos muy diversos sobre la importancia de los trabajadores, ya que estos ejercen una influencia muy significativa en los resultados de la empresa. Por ello, cada vez más hay empresas que realizan programas o actividades para mejorar la satisfacción y compromiso de los empleados, como es el caso de McDonald's, la cual está muy concienciada de que el éxito de su negocio dependen de en gran medida de que los trabajadores estén satisfechos en el trabajo, para ello lleva a cabo algunas medidas como es el caso de medidas de conciliación, cuyo objetivo es el de favorecer la compatibilización de la vida laboral con la familiar o personal a través de horario flexible, incremento del permiso de maternidad a 18 meses etc.; Otra iniciativa llevada a cabo por esa empresa es una aplicación en internet denominada E-Gym, que tiene como objetivo desarrollar eventos de carácter deportivo y ofrecer programas de entrenamiento personalizado. Por todo ello, cada vez está teniendo más importancia en las organizaciones la satisfacción del trabajador.

A pesar de que en las aulas se habla de este tema, no se llega a indagar lo suficiente, además apenas se menciona la relevancia que puede tener la comunicación, el ambiente laboral y/o felicidad en la empresa con los empleados. Es por ello por lo que me resultó motivador investigar sobre la influencia de estas variables con el desempeño del trabajador.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES HUMANAS

Aristóteles decía "el ser humano es un ser social por naturaleza". Este hecho, que hoy en día se da por supuesto, le condiciona en su día a día tanto a nivel personal como profesional. Así, el hecho de que un individuo se sienta integrado socialmente en su grupo de trabajo se verá afectado en su disposición a producir, que será mayor, y por tanto se reflejará en su eficiencia.

Elton Mayo junto con sus colaboradores desarrollaron la Teoría de las Relaciones Humanas que surgió debido a la necesidad de escapar de la tendencia a la deshumanización en el trabajo existente en la época. Esta teoría surgió del experimento de Hawthorn, el cual constó de 4 fases.

A través del experimento de Hawthorn, Mayo consiguió demostrar que el nivel de producción depende de la integración social. En dicho experimento, se constató que el nivel de producción está determinado por las normas sociales. De hecho, es la capacidad social la que influye en el nivel de eficiencia de los trabajadores. Además, el comportamiento social es un factor clave, porque el individuo puede apoyarse en el grupo (Netzahualcóyotl, 2009).

En la primera fase se formaron dos grupos de trabajadores en habitaciones y con condiciones de luz distintas, pretendían averiguar el efecto que producía la iluminación en el rendimiento de los empleados. En principio, no encontraron relación directa entre ambas variables, pero si descubrieron que existía otras variables que afectaban. Una de ellas era el factor psicológico sobre el fisiológico, se comprobó que "la relación entre condiciones físicas y la eficiencia de los obreros puede ser afectada por condiciones psicológicas" (Netzahualcóyotl, 2009, p.10).

Los investigadores plantearon la posibilidad si los incrementos de productividad derivados del cambio de iluminación se debían principalmente a que estos sentían que eran importantes para la empresa al ver un equipo de personas preocupándose por su entorno laboral.

En la segunda fase se seleccionaron 6 jóvenes y los trasladaron a una sala de pruebas que estaba separada del resto del departamento. Este grupo tenían un supervisor común y un observador. Esta fase se dividió en doce partes para averiguar en cuál de ellas los rendimientos eran superiores. De manera general, la producción aumentó de un periodo a otro. Los investigadores descubrieron que existía una variable que no podía ser explicada únicamente por las condiciones de trabajo estudiadas, por lo que no había relación entre la producción y las condiciones físicas. De esta fase se obtuvieron algunas conclusiones. En primer lugar, que las chicas que estaban en la sala de prueba les gustaba más trabajar ahí, porque tenían más libertad y menos ansiedad, ya que la supervisión era menos rígida. En segundo lugar, el hecho de no tener presiones aumentaba la satisfacción laboral. En tercer lugar, no tenían miedo al supervisor porque, aunque tuviesen controles, las características y los objetivos de la supervisión eran distintos. En cuarto lugar, las empleadas trabajaban en grupo ya que a través del experimento surgió la amistad entre ellas. Finalmente, surgió el liderazgo y objetivos comunes entre ellas, de hecho, una de las chicas de la sala se volvió líder entre ellas y ayudó a sus compañeras a aumentar constantemente la producción.

La tercera fase consistió en un programa de entrevistas con el fin de conocer las actitudes y sentimientos, escuchar su opinión acerca del trabajo, así como recibir sugerencias de los empleados. En esta fase se descubrió la existencia de una organización informal, es decir, los obreros estaban unidos y eran leales entre ellos.

La última fase consistió en la observación, es decir, se pretendía analizar la organización informal descubierta en la fase anterior. Esta fase reveló una cierta solidaridad del grupo, puesto que ellos mismos manipulaban el informe de producción, ya que el exceso de producción de un día lo acreditaban a otro día que tuviesen déficit.

A partir de este estudio, Mayo y sus colaboradores pensaban que lo que verdaderamente motiva a un obrero es la necesidad de reconocimiento, la aprobación social y la colaboración en grupos sociales. De aquí surge el concepto de hombre social.

Los estudios de Hawthorn permitieron identificar varios problemas humanos que hasta el momento no se habían tenido en consideración (Kreps,1995, p.88):

- Importancia de la comunicación humana sobre el comportamiento de los miembros de la organización.
- Existencia de comunicación ascendente y retroalimentación entre trabajadores y supervisores.
- Identificación de canales informales dentro de la organización.

2.2. CONSIDERACIONES DEL EXPERIMENTO DE HAWTHORN

Como hemos podido comprobar la teoría de las relaciones humanas ha traído consigo grandes cambios en las organizaciones, dándole importancia a las relaciones sociales dentro de ella. Podemos observar como en la primera fase del experimento, se comprobó que amentaba la productividad por el simple hecho de que los obreros se sentían que formaban parte de la empresa. Este hecho está muy relacionado con la motivación que desprende cada empleado, puesto que si se sienten valorados estarán más entusiasmado y ello trae consigo aspectos positivos para la organización como es el hecho de producir más.

En la segunda fase, podemos comprobar la importancia que tiene el líder dentro de la empresa, ya que, como hemos visto, surgieron grupos de amistad y a partir de ahí, surgió el liderazgo entre las trabajadoras, este hecho provocó que la líder transmitiera el afán y motivación por el trabajo y esto conllevó un incremento de la productividad. Además, debemos destacar, la importancia que tiene el liderazgo y como se desempeña,

puesto que un líder empático, comunicativo y cooperativo favorecerá mejor las relaciones entre los distintos niveles jerárquicos.

Debemos destacar la libertad que tienen los trabajadores en su desempeño del trabajo, porque el hecho de ser ellos quienes pongan sus pautas, aunque tengan la obligación de entregar o producir cierta cantidad determinada por semana o mes, realizarán la labor de forma más eficiente. Como es el caso de la empresa Google, donde no se les impone a sus trabajadores ningún tipo de horario establecido, se les da total autonomía, siempre y cuando entreguen los proyectos a tiempo.

En la tercera fase, observamos la importancia que conlleva el buen clima en el trabajo, como es el caso de las relaciones dentro de la empresa sin tener en cuenta la jerarquía, ya que surge de la amistad entre los miembros de la organización, esto es beneficioso para la empresa porque este tipo de organización fomenta la motivación, aumenta la autoestima y estimulan la ejecución de tareas, entre otros.

La última parte del estudio consistió en observar esa organización informal, es importante decir que aquí descubrieron la solidaridad del grupo, es decir, cuando los empleados consideraban que habían obtenido la producción adecuada reducían la intensidad del trabajo. También manipulaban el informe de producción, ya que, si la producción aumentaba, el salario también, y de forma que cuando producían más en algún día, lo asignaban a otro día que habían tenido déficit para que el salario aumentase igualmente. Luego, aquí podemos hacer hincapié en la relevancia que adquiere las relaciones sociales en las organizaciones.

2.3. COMUNICACIÓN INTERNA EN LAS ORGANIZACIONES

Los departamentos de comunicación han adquirido una gran importancia en los últimos años dentro de la empresa. Esto es debido a la necesidad de crear una relación de retroalimentación entre la propia organización y sus clientes potenciales (Cuadros, 2015).

La comunicación es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de estas, donde intercambian mensajes. La comunicación ha de ser fluida, motivante, estimulante y eficaz en sí misma y debe obedecer a una cultura y a una entidad (Kreps, 1995).

Las actividades que desarrollan las empresas en este terreno de comunicación, ya sea a través de su propio gabinete de comunicación o bien mediante la contratación de un

servicio externo, se conoce como Política de Comunicación Integral (PCI); (Cuadros, 2015, p.427). Esta PCI se puede definir como "conjunto de relaciones y mensajes que, como fruto de una política y estrategias de comunicación, se ponen de manifiesto dentro y fuera de las organizaciones, para alcanzar visibilidad, posicionamiento, creación de vínculos estables, legitimidad social, percepción, valoración, imagen y reputación positiva" (Paladines et al,2013).

Una buena Política de Comunicación Integral debe de estar formada por dos vertientes interdependientes y complementarias entre sí, como son la comunicación interna y la comunicación externa. Vamos a hacer hincapié a la comunicación interna, ya que esta vertiente, está referida al papel tan importante que juegan los trabajadores dentro de la empresa.

A pesar de la importancia creciente, la comunicación interna es todavía una carencia en la mayoría de las organizaciones, ya sean grandes, medianas y/o pequeñas.

Los directivos desempeñan un papel muy importante en el hecho que los trabajadores tengan presente la imagen de la empresa y sean capaces de trasmitirla a la sociedad de forma clara y coherente, puesto que, si los altos cargos son capaces de propiciar buenas relaciones entre los trabajadores, potenciar el trabajo en grupo, transmitir a los empleados los objetivos, filosofía y expectativas de la empresa, beneficiará a la organización en todos los aspectos, tanto en términos de productividad como imagen corporativa de la empresa. "Según investigaciones recientes, el desarrollo de una política de comunicación interna eficaz permite incrementar hasta un 20% la productividad de las empresas" (Carmen Cuadros,2015, p.428).

Morales (2001) hace hincapié en decir que la comunicación está destinada a todos los miembros de la organización, desde la alta dirección hasta los empleados. Considera que hablarle al personal interno sobre lo que la organización desarrolla es provechoso para conseguir un clima de compenetración e integración de las personas, aumentando la motivación y productividad con el fin de alcanzar la máxima optimización de los recursos de las empresas y desarrollando sus propósitos con eficacia en el menor tiempo posible (Enidia, 2017).

Del mismo modo que Sánchez Gómez (2014, p.223), la comunicación interna tiene las siguientes funciones:

- Coordinar los procesos que se han de llevar a cabo.
- Aclarar a los trabajadores cuales son las prioridades.
- Proponer nuevas ideas o posibles proyectos. Es importante destacar que el lenguaje juega aquí un papel relevante, sobre todo cuando se presentan proyectos en grandes empresas.
- Transmitir información dentro de una unidad o entre distintas unidades acerca de problemas surgidos durante la ejecución de los proyectos.
- Promover las relaciones de confianza, lo que puede generar un clima propicio al fomento de la creatividad.

Dentro de la comunicación interna se distinguen tres vías, que según Roberto Sánchez son; comunicación descendente, ascendente y horizontal o lateral.

COMUNICACIÓN DESCENDENTE

La comunicación descendente es el tipo de comunicación, la cual; se dirige desde los niveles jerárquicos superiores a los inferiores. Su importancia reside en la necesidad que todos los empleados sepan que se espera de ellos, cuáles son sus responsabilidades, y adquieran los objetivos de la empresa como objetivos propios. "No hay mejor motivación que ser indispensable de un proyecto compartido" (Cuadros, 2015, p.429).

Algunos inconvenientes que tiene este tipo de comunicación son (Enidia,2017):

- Congestión en canales descendentes, lo cual puede confundir y acoquejar al subordinado.
- confusión y malentendidos entre los subordinados.
- La comunicación con frecuencia no es tan clara, muchas veces las órdenes las dan con rapidez, conllevando a la inseguridad con respecto a sus labores.
- El léxico técnico o el exceso de información hace que la comunicación no sea tan clara.
- Las repeticiones de información pueden arrojar falta de consideración de superiores a los subordinados

2.4. COMUNICACIÓN ASCENDENTE

La comunicación ascendente es la que procede de los niveles inferiores de las empresas a los superiores. "Afirma que la comunicación ascendente tiene 4 objetivos básicos que son" (Enidia 2017, p.16):

- Brindar a Directivos retroalimentación necesaria para la toma de decisiones.
- Determina la efectividad de la comunicación por ser una fuente primaria.
- Permite a los integrantes de menor jerarquía compartir información de gran importancia a sus superiores, ya que brinda menos tensiones a los empleados.
- Se propaga el compromiso y la participación por parte de los empleados conllevando a mejorar la cultura organizacional.

2.5. COMUNICACIÓN HORIZONTAL O LATERAL

La comunicación horizontal es la comunicación que se establece entre los distintos departamentos o trabajadores del mismo nivel organizativo.

García (2012) comenta que "las funciones principales de la Comunicación horizontal son las siguientes" (Enidia 2017, p.17):

- Suministrar la relación de tareas entre los distintos departamentos y en el contorno de estos, admitiendo el progreso de interacciones afectivas generando buen clima laboral.
- Proveer un medio para discernir información relevante de la organización entre los miembros.
- Crear y dar viabilidad a un proyecto de empresa fundado en la cooperación de todos.
- Servir como medio para mejorar el progreso de la entidad, igualmente a la búsqueda de solución de dificultades y problemas de dirección entre colegas.
- Incrementar la conexión interna y acceder al apoyo recíproco entre colegas.
- Agilizar y dar prioridad a los métodos de gestión.

2.6. INFLUENCIA DE LA MOTIVACIÓN EN LA EMPRESA

Podemos definir la motivación laboral como "procesos psicológicos que determinan (o aportan energía a) la dirección, intensidad y persistencia de la acción dentro del continuo flujo de experiencias que caracterizan la persona en relación con su trabajo" (Kanfer, 1990).

Kreps (1995), existen muchos factores que afectan a la motivación del individuo. Hay que distinguir entre compensaciones intrínsecas y extrínsecas. Los incentivos intrínsecos se basan en las creencias y los valores del individuo. Mientras que los extrínsecos se basan en compensaciones económicas valiosas, bienes o servicios.

Katz y Kahn (1978, p.288) (Kreps 1995, p.172), identifican cuatro formas en las que los individuos de una organización pueden alcanzar compensaciones intrínsecas.

- Desarrollo de roles de organización personalmente satisfactorio y significativos.
- Refuerzo social de metas colectivas de la participación en grupos de organización satisfactorios.
- Implicaciones activas, participación e identificación personal con el establecimiento de metas de la organización y en el cumplimiento de estas.
- Participación de las compensaciones sociales de los esfuerzos y actividades colectivos.

La autorrealización es clave en la vida de una persona porque hace referencia al sentimiento de desarrollo personal continuo y de logro del propio potencial (Sánchez, 2014).

Los vínculos que tenga cada individuo con su trabajo y los resultados obtenidos se ven afectados por la necesidad de desarrollo de cada uno (deseo de autoestima y autorrealización). Además, la percepción de cada persona en su puesto de trabajo en comparación con los demás trabajadores influye en el trabajo y los resultados personales y laborales.

A continuación, vamos a explicar cuatro teorías centradas en diferentes aspectos de la motivación y las distintas características o necesidades que pueden tener cada trabajador en su puesto, ya que cada operario según el grado de motivación influye en los resultados de la empresa.

2.6.1. MODELO DE HERZBERG

Una de las teorías de la motivación laboral es la formulada por Frederick Herzberg, llamada Teoría Bifactorial. Este autor se puede considerar como uno de los más representativos de la psicología industrial y organizacional.

Herzberg manifestó la existencia entre dos agentes laborales. Uno era los agentes extrínsecos que se refiere a las condiciones de trabajo en sentido general, como es el

caso del salario, y el otro agente son los intrínsecos que son la esencia de la actividad laboral, como son el contenido del trabajo, la responsabilidad y el logro (García, 2010).

Los factores extrínsecos son los denominados factores higiénicos, que son los que pueden ayudar a prevenir la insatisfacción laboral, pero no son capaces de producir satisfacción. Mientras que los factores intrínsecos conducen la satisfacción laboral. Herzberg afirma que la ausencia de factores motivaciones no produce insatisfacción, al igual que la existencia de los factores higiénicos no genera satisfacción (Herzberg, 1986).

Esta teoría busca el equilibrio entre ambos factores. Luego, si una persona trabaja en unas condiciones de higiene inadecuadas, como puede ser el caso de clima laboral inapropiado, podrá tener insatisfacción laboral. Mientras que, si dichas condiciones son más beneficiosas, el sujeto estará más satisfecho (García Sanz, 2012).

Herzberg analizó la pregunta “¿Qué desea la gente de su puesto?” y a través de 12 investigaciones, este psicólogo descubrió que las respuestas dependían si se encontraban cómodos en sus puestos de trabajo o por el contrario si tenían alguna inquietud. Algunos de los factores de higiene que encontró en la investigación fueron las condiciones de trabajo, los suelos y salarios, la relación con los compañeros y jefes etc. Mientras que los factores que resalto que eran motivadores fueron el reconcomiendo en el ámbito laboral, la responsabilidad, el crecimiento personal en el trabajo, el logro y progreso etc. Por tanto, los factores asociados a la satisfacción laboral son diferentes a los de insatisfacción. No obstante, la omisión de determinados factores incide en la mejora de las condiciones laborales, pero no aseguran la motivación. En definitiva, aunque una persona tenga un salario elevado, si no se siente identificada con el trabajo que realiza, no se sentirá motivada.

2.6.2. TEORIA DE LAS EXPECTATIVAS

Vroom (Sánchez, 2014) se centra en las variables del desempeño. Afirma que la motivación depende de lo atractivo que pueda ser para el individuo la obtención de unos resultados.

En palabras de Vroom: “La gente se sentirá motivada a realizar las cosas a favor del cumplimiento de una meta si está convencida del valor de ésta y si comprueba que sus acciones contribuirán efectivamente a alcanzarla” (García Sanz, 2012, p.19).

Hay que tener en cuenta que el resultado final no depende únicamente del esfuerzo del trabajador, sino que además influyen otras variables externas a él. Por eso, los trabajadores se esfuerzan para conseguir unos resultados (García Sanz, 2012).

Esta teoría se centra en tres relaciones que realiza el trabajador (Sánchez Gómez, 2014, p.184):

- Esfuerzo-desempeño: hace referencia a la percepción que tiene el trabajador, ya que, desarrollando cierta cantidad de esfuerzo, tendrá un determinado desempeño.
- Desempeño-recompensa: Es el grado en que el individuo considera que un determinado nivel de desempeño le llevara a obtener una determinada recompensa.
- Recompensas-metas personales: Es el grado que las recompensas satisfacen las metas o necesidades personales.

2.6.3. TEORÍA DE LA EQUIDAD

John Stacy Adams (Sánchez,2014) afirma que los individuos comparan sus recompensas y el producto de su trabajo con los demás, y evalúan si son justas, reaccionando con el fin de eliminar cualquier injusticia.

Cuando el trabajador se compara con sus compañeros adquiere percepciones personales sobre la justicia e imparcialidad, estas percepciones tienen una gran importancia, ya que si obtiene una percepción positiva y considera que los resultados que obtienen son iguales a los de sus compañeros, este va a considerar que existe un equilibrio y por tanto estará motivado.

En cambio, si percibe que existe un desequilibrio en su recompensa, puede dar lugar a dos situaciones:

- Si los resultados obtenidos son inferiores a su esfuerzo, se sentirá infravalorado, por tanto, estará desmotivado y esto afectará a sus resultados obtenidos para la empresa.
- Si los resultados son superiores a su esfuerzo, el individuo puede sentirse culpable y para evitarlo incrementara sus aportaciones a la empresa o bien disminuir sus resultados.

Además de alterar sus esfuerzos y/o resultados, el individuo puede desarrollar otras conductas para compensar la equidad.

2.6.4. TEORIA X/Y MCGREGOR

Douglas McGregor estudió el comportamiento de los directivos y observó que este dependía de la visión que tenía de sus trabajadores. A partir de este estudio identificó dos posturas, teoría X y teoría Y (Murray McGregor, 1960).

Según la teoría X, hay personas que:

- Tienen aversión al trabajo, y debido a ello trabajan lo mínimo posible.
- No tienen ambición, luego trabajan lo mínimo posible.
- Prefieren que les manden.
- No les gustan los cambios, ya que prefieren métodos tradicionales.

Según la teoría Y hay personas que:

- Hay personas que les gusta trabajar, ya que el trabajo les estimula y les ayuda a realizarse.
- Consideran que desprenden energía con el trabajo.
- Tienen ambición, imaginación y creatividad.
- Desean tener responsabilidades.

Luego, según se utilice una teoría u otra, la forma de dirigir a los trabajadores será totalmente diferente. Para los empleados de la teoría X necesitan una dirección autoritaria, mientras que los sujetos de la teoría Y necesitan una dirección más democrática y flexible. No obstante, estos casos son extremistas y en cada situación se aplicará el estilo más conveniente, existiendo también posturas intermedias para trabajadores con comportamientos intermedios.

2.7. LA FELICIDAD LABORAL

Confucio decía “escoge un trabajo que te guste, y nunca tendrás que trabajar ni un solo día de tu vida”. Con esta frase este autor trataba de reflejar la importancia que tiene estar satisfecho con nuestro trabajo, ya que le dedicamos muchas horas de nuestros días y es muy importante que lo que hagamos nos aporte entusiasmo con nuestro desempeño.

Para Fisher (Sánchez, 2017, p.7) “El concepto de felicidad considera dimensiones como la participación de los profesionales con la organización y la función, satisfacción con el trabajo y compromiso positivo con la organización y función”. Cuando el término de felicidad es adoptado por las organizaciones, surge un nuevo concepto llamado felicidad

laboral, el cual define Fernández (Sánchez, 2017) como "la percepción personal y subjetiva de los trabajadores acerca de su bienestar, florecimiento y salud en el trabajo".

En la actualidad cada vez se está prestando más atención al concepto de felicidad laboral, de hecho, puede ser considerada como un pilar esencial en las organizaciones, ya que si el nivel de felicidad es elevado produce un incremento de la productividad, rendimiento, la innovación e incluso mejora la comunicación entre los miembros de la empresa (Edgar 2016).

Gaitán et al (Edgar, 2016) considera que para poder llevar a cabo la felicidad dentro de la organización se debe desarrollar actividades y responsables de ello, todo ello se acompaña de acciones a través de las siguientes fases:

- Happiness awareness: Conferencias de sensibilización, que generan un acercamiento a nuevos conceptos y teorías.
- Ampliación del entendimiento: Potenciar sesiones de aprendizaje, círculos de reflexión y mesas redondas.
- Diseño de acciones a la mano: Actividades como el "World coffe" a través de la modalidad coteaching, reuniones estratégicas colaborativas y actos de bondad.
- Comunicación y movilización: Estrategias de comunicación y gamificación.
- Retroalimentación y evaluación: Evaluaciones de Clima organizacional, retroalimentación de actividades y círculos de reflexión con preguntas dirigidas.

¿Qué factores crees que son más importantes para ser feliz en el trabajo?

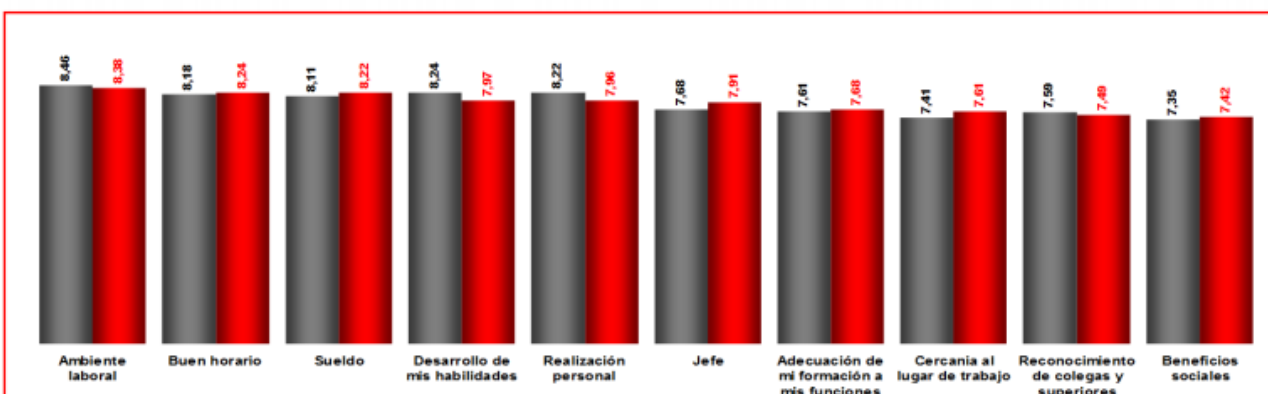


Figura 1. VI encuesta ADECCO la felicidad en el trabajo

Se debe llevar a cabo evoluciones del impacto que tiene este tipo de actividades con respecto a la gestión administrativa y por supuesto debe haber un compromiso de alta dirección.

Según una encuesta realizada por Adecco en 2016 sobre la felicidad en el trabajo, se ha demostrado que algunos factores inciden más que otros acerca de la felicidad en el trabajo. Como se puede observar en el gráfico de arriba lo más valorado por los trabajadores es el ambiente laboral con 8.46 puntos, lo segundo más importante es poder compaginar su horario laboral con su vida personal, con un 8, 24 puntos, seguido de un buen salario con un 8.22 puntos.

Otros aspectos para tener en cuenta para los trabajadores españoles es el desarrollo de habilidades personales y profesionales, con un 7.97 puntos, la realización personal con un 7.94 y contar con un buen jefe con un 7.91 puntos.

2.7.1. DIRECTOR DE FELICIDAD

Durante los últimos años ha emergido un nuevo puesto de trabajo conocido como director de felicidad o CHO (Chief Happiness Officer), con el objetivo de involucrar a los empleados, motivarles, y aumentar el nivel de rendimiento. Entre las tareas habituales de este puesto está la de las encuestas, reuniones, organiza talleres de diferentes clases (desde habilidades comunicativas hasta mindfulness) o realiza actividades outdoor.

En algunas empresas como Google, Open English o Grupo Singular Media tienen directores de felicidad, los cuales se encargan de la motivación, de promover los valores corporativos de la empresa, entre otras laborales.

Según Gaitán et al (Edgar, 2016) las personas que se encargan de esto llevan a cabo actividades transversales relacionadas con la felicidad, cuyas funciones son:

- Generar cultura de optimismo.
- Fomentar la cooperación dentro de la empresa.
- Crear iniciativas de motivación.
- Fomentar dinámicas para el fortalecimiento de equipos.
- Generar actividades para promover los valores de la empresa.
- Mantener líneas de comunicación directas.

Otro puesto relacionado con el departamento de felicidad que se debe tener en cuenta es el "coordinador de sueños y de felicidad", que es la persona que ayuda al director y dirigen su trabajo para poder impulsar cualquier acción, para que la felicidad llegue a

todos los miembros de la organización. Además, puede existir un “happy manager”, que es la persona que se encarga de coordinar, planear y dirigir todo lo relacionado con la felicidad laboral (Edgar, 2016).

La felicidad cada vez está más inmersa dentro de las organizaciones, ya que estas se preocupan cada vez más por el bienestar de sus trabajadores, así como mejorar el clima laboral, esto conduce a convertir a las compañías en happy company, sobre este concepto Amodeo (Edgar 2016, p.12) afirma que este último concepto:

(...) es un lugar donde, trabajando, se hace feliz al personal porque se le distribuye sus funciones en actividades que sabe hacer, que se le aprovecha sus competencias, pero sobre todo se le orienta a trabajar en condiciones en las que tiene la capacidad de dar el mejor rendimiento bajo un ambiente de confianza, motivación y respeto.

2.8. AMBIENTE LABORAL

El conocimiento del clima organizacional permite identificar el ambiente laboral que se vive dentro de la empresa. Este ambiente está condicionado por el clima que los superiores establecen en la organización. Ese conocimiento, explica por qué los empleados tienen ciertos comportamientos ante sus superiores, subordinados, clientes proveedores y todos aquellos relacionados con la empresa (Calixto, 2013).

El clima organizacional es un conjunto de elementos que pueden dividirse en estructuras organizacionales, tamaños de las empresas, formas de liderazgo, comunicación etc. Luego, todos estos elementos influyen en el comportamiento de los trabajadores (Quintero et al, 2008).

La importancia de este concepto proviene de que el comportamiento de un trabajador depende de la percepción que el individuo tenga de estos factores. No obstante, estas percepciones pueden provenir en gran medida de otros factores influyentes en cada individuo, como pueden ser la satisfacción, reconocimiento, responsabilidades etc. (Quintero et al, 2008).

El clima organizacional es fundamental para la percepción que adquiere los empleados con su trabajo, rendimiento, productividad y satisfacción (Quintero et al, 2008).

Para lograr un ambiente laboral excelente se necesita una serie de herramientas (Calixto,2013):

- Estabilidad laboral que permita a los trabajadores potenciar sus capacidades.
- Desarrollar relaciones humanas.
- Tener en cuenta aspectos motivacionales como son:
 - ✓ Compensaciones adecuadas y justas.
 - ✓ Trato digno.
 - ✓ Prestaciones y servicios que beneficien a los trabajadores.
 - ✓ Ambiente laboral limpio y seguro.
- Resolver los conflictos empresariales, con el objetivo de conseguir las metas organizacionales.

El ambiente laboral influye en la motivación de los empleados y viceversa. De esta interrelación surge el concepto de calidad de vida en el trabajo, que es el grado de satisfacción que tienen los empleados con su experiencia en la empresa. Una calidad de vida positiva en el trabajo solo es posible si el ambiente laboral también lo es. Esta calidad afecta a la productividad, motivación, adaptación al cambio y la creatividad (Calixto,2013).

Las relaciones humanas son un pilar fundamental en el ambiente laboral, ya que para conseguir parte de los objetivos de la empresa es necesario la buena relación entre los miembros que la componen, porque si esa relación es negativa, pueden surgir tensión y con ello una reducción de la productividad (Calixto, 2013).

La motivación al igual que las relaciones humanas es importante para el ambiente laboral, puesto que la influencia de una motivación positiva o negativa en el individuo repercute en la excelencia del ambiente laboral porque un empleado motivado tiene más interés por cumplir los objetivos fijados y ayuda a fomentar un buen clima en la empresa (Calixto, 2013).

2.8.1. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL AMBIENTE LABORAL

Medir el ambiente laboral es importante para las empresas, ya que ayuda al perfeccionamiento de estas. Las organizaciones prestan atención a las posibles sugerencias que ofrecen los empleados, porque si sus trabajadores están entusiasmados con su trabajo, este entusiasmo repercutirá en su desempeño laboral y en conseguir clientes satisfechos.

Las organizaciones deben tener en cuenta aquellos factores que influyen en el trabajador de manera directa o indirecta, ya que esta repercusión afecta a la productividad de la empresa. Algunos de estos factores que se va a hacer mención son: el trabajo en equipo, la capacitación del trabajador y oportunidades de carrera personal y profesional. No obstante, hay que mencionar que hay muchos más factores que afectan al ambiente laboral como puede ser las recompensas, valoración del desempeño, prestaciones competitivas etc.

Nos vamos a centrar en estos factores porque son objeto de nuestra investigación, cuyos ítems se han obtenido de una tesis para analizar el ambiente laboral.

2.8.1.1. TRABAJO EN EQUIPO

En la actualidad cada vez es más común que las empresas opten por implantar grupos de trabajo, ya que esto trae consigo una serie de ventajas tanto para las organizaciones como para los empleados. Algunas de estas ventajas son: aumenta el buen ambiente laboral, visión de diferentes perspectivas, flexibilidad etc. Por tanto, trabajar en equipo ayuda a facilitar las tareas de una empresa y aumenta la oportunidad de aprendizaje para el trabajador (Cardona, 2006).

Cada individuo posee unas características y al trabajar en equipo se expresan unos roles y se eliminan otros, según el "test de Belbin" hay determinados roles que se manifiestan cuando se trabaja en equipo, algunos de estos roles son (Cardona, 2006):

- Creativo: Hace referencia a las personas que son proactivas y resuelven problemas de ciertas complejidades.
- Coordinador: Se refiere a los empleados que favorecen la comunicación entre el equipo.
- Impulsor: Hace referencia a los trabajadores que manejan con facilidad la presión y ante este tipo de situaciones aumenta su capacidad de desempeño.

2.8.1.2. CAPACITACIÓN DEL TRABAJADOR

La capacitación del trabajador cada vez tiene más importancia para las organizaciones porque esta influye en la eficiencia de las empresas. Según A. Gallart (González et al, 2003 p.29) la capacitación es "conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que se ponen en juego para resolver situaciones concretas de trabajo". Por ello, se necesita que el trabajador este en constante formación para poder adaptarse a los cambios del entorno y esto beneficie a la organización.

2.8.1.3. OPORTUNIDADES DE CARRERA DENTRO DE LA EMPRESA

El desarrollo de carrera en la empresa hace referencia al esfuerzo continuo y al crecimiento personal que obtiene cada individuo. Esto depende de las cualidades personales y las posibilidades que le ofrezca la empresa de crecer a nivel profesional (Núñez et al, 2012).

Las empresas mediante el fomento del desarrollo de carrera profesional buscan una serie de objetivos como son obtener un capital humano más cualificado, conseguir una comunicación interna satisfactoria, entre otros, además sirve como método de motivación para los empleados (Núñez et al, 2012).

3. OBJETIVOS

El objetivo de este proyecto es valorar los efectos que tiene la comunicación interna en la empresa, el ambiente laboral y la felicidad con el desempeño laboral.

A partir de este objetivo general se derivan unos objetivos más concretos:

- Estudiar la relación que existe entre el ámbito laboral y la comunicación interna.
- Analizar la relación entre la motivación de los trabajadores y el ambiente laboral.
- Evaluar la relación entre la felicidad laboral y la comunicación.
- Determinar si la comunicación interna influye en la motivación, el ámbito laboral y la felicidad en el trabajo.

4. METODOLOGÍA

Vamos a realizar un análisis exploratorio sobre el ámbito laboral, la comunicación, la felicidad y la motivación en la empresa desde el punto de vista del trabajador. Para ello, se ha empleado un cuestionario, cuyas preguntas se han obtenido de una red de revistas científica de América Latina, el Caribe, España y Portugal (Quintero et al, 2008) y de una tesis doctoral denominada percepción y satisfacción laboral como precursores de rotación de personal (Porfirio,2016).

La muestra está compuesta por 51 trabajadores por cuenta ajena de la provincia de Sevilla, cuya edad oscila de 20 a 70 años. En cuanto al sexo, el 54.9% son mujeres, mientras que el 45.1% son hombres.

De los 51 encuestados, el 49% trabaja en una empresa pequeña, mientras que el 25,5% lo hacen tanto en empresas grandes como mediana. De esos 51, el 76.5% realizan sus

labores en el sector servicios, mientras que el 15.7% lo hace en el sector industrial y el tan solo el 7.8% en el sector primario.

Todos los cuestionarios se han realizado de forma individual para evitar influencias y comparaciones entre los diferentes trabajadores.

A continuación, vamos a exponer en una tabla los factores estudiados en la encuesta. Se han estudiado estos ítems porque en investigaciones anteriores (mencionadas arriba y en el marco teórico), se centran en estos debido a la repercusión que tiene en el trabajador, además son variables relacionadas con la investigación.

AMBIENTE LABORAL	COMUNICACIÓN	FELICIDAD LABORAL	MOTIVACIÓN
Conocimiento de los objetivos y metas de la organización (A1)	Trato justo (C1)	Políticas y procedimientos (F1)	Talleres de motivación (M1)
Bienestar laboral (A2)	Relaciones con los compañeros de trabajo (C2)	Salarios (F2)	Nivel de motivación (M2)
Desarrollo personal y profesional (A3)	Apoyo y comunicación (C3)	Reconocimiento al desempeño (F3)	Reconocimiento interno (M3)
Justicia organizacional (A4)	Prestaciones laborales (C4)	Libertad de expresión (F4)	Grado de motivación para cumplir responsabilidades (M4)
Solución de conflictos (A5)	Rendimiento (C5)	-	-
Autonomía (A6)	-	-	-
Responsabilidad y obligaciones (A7)	-	-	-
Trabajo en equipo (A8)	-	-	-
Capacitación (A9)	-	-	-

Figura 2. Factores de estudio. Fuente: elaboración propia

5. RESULTADOS

El procesamiento de los datos y el análisis estadístico se realizó a través del programa SPSS.

Para probar el estudio se hizo un análisis de fiabilidad y de factor. Además, para la validez, se calcularon los coeficientes de correlación de los cuatros variables, así como una regresión lineal.

Se ha aplicado el análisis factorial bajo el método de extracción de componentes principales y de rotación varimax de Kaiser. El nombre asignado a cada grupo se nombró utilizando como referencia las variables objeto de estudio.

Con el análisis factorial se van a reducir los datos, con el objetivo de encontrar grupos homogéneos de las variables objeto de estudio. La homogeneidad se forma a partir de la correlación entre las variables.

El objetivo del análisis factorial es conseguir grupos de variables con un significado común para obtener una dimensión menor que explique las respuestas de los individuos.

El análisis del factor ambiente laboral obtiene tres componentes extraídos. El primer componente está formado por los ítems A2, A3, A9, A5 y A7, mientras que el segundo componente está compuesto por A3, A6, A4 y A7 y el tercero está formado por A9, A7, A1 y A8.

Hay que decir que el primer componente está más orientado al individuo, ya que hace referencia a las preguntas de bienestar laboral, desarrollo profesional, capacitación del trabajador y responsabilidades del trabajador dentro de la empresa. Mientras que el segundo se orienta más hacia el entorno, porque engloba preguntas relacionada con la organización como es el caso de los ítems A4 que hace referencia a la justicia organizacional. En cambio, el tercero no está muy claro porque mezcla preguntas relacionadas tanto como el individuo como el entorno.

Para los factores concluyentes se analizó la fiabilidad sustentada en el alfa de Cronbach, al obtener un alfa no muy elevado, eliminamos dos ítems para obtener un alfa mayor, los ítems que se quitan son el A8 y el A5, eliminamos estos ítems porque son los que nos permiten aumentar al máximo el alfa de esta variable. Con esta modificación se consigue que el alfa pase de 0.605 a 0.648.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa Cronbach si el elemento se ha suprimido
A1	32,86	14,121	0,358	0,569
A2	32,71	13,572	0,413	0,554
A3	32,75	12,994	0,443	0,541
A4	32,88	12,306	0,404	0,543
A5	33,1	14,69	0,091	0,627
A6	32,78	14,613	0,107	0,623
A7	33,31	11,46	0,399	0,543
A8	33,27	13,803	0,138	0,626
A9	33,12	13,106	0,429	0,545

Figura 3. Estadística de total de elemento de la variable Ambiente Laboral. Fuente: Elaboración propia

Una vez obtenido el nuevo alfa se vuelve a calcular el factor y se consiguen dos componentes, el primero está formado por los ítems A9, A2, A3, A1, A7, A6 y A4, mientras que el segundo componente lo forman los ítems A3, A7, A6 y A4. El objetivo es conseguir un solo factor, el cual a través de ajustes conseguimos un solo componente formado por A3, A9, A2, A7, A4 y A1. Al reducir la dimensión de los datos en un único componente se puede comprobar que la información que tienden a explicar cada ítem está relacionada con el individuo.

	Componente 1
A3	0,772
A9	0,707
A2	0,661
A7	0,625
A4	0,49
A1	0,474
A6	

Figura 4. Matriz de componente de la variable Ambiente Laboral. Fuente: Elaboración propia

El análisis factorial del factor comunicación obtiene dos componentes extraídos. El primer componente está formado por los ítems C3, C2, C4, C1 y C5, mientras que el segundo componente está compuesto por C1 y C5.

En este análisis se observa que el primer componente es una mezcla tanto de la comunicación con los jefes como con los compañeros, mientras que el segundo está más orientado a la comunicación que tiene el individuo con sus superiores.

Para los factores concluyentes se analizó la fiabilidad sustentada en el alfa de Cronbach, al obtener un alfa no muy elevado, se elimina un ítem para obtener un alfa mayor, el ítem que se quita es C1, con esta modificación se consigue que el alfa pase de 0.532 a 0.616.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
C1	18	2,64	0,15	0,616
C2	17,55	2,893	0,487	0,403
C3	17,73	2,843	0,483	0,398
C4	18,08	2,634	0,363	0,434
C5	17,9	2,93	0,2022	0,535

Figura 5. Estadística de total de elemento de la variable Comunicación. Fuente: Elaboración propia

Una vez realizo los nuevos ajustes, se vuelve a calcular el factor y se obtiene un único componente, el cual está compuesto C3, C2, C4 y C5. Los ítems obtenidos en el componente están orientados a la influencia que tiene tanto una buena comunicación con sus superiores y compañeros como a las prestaciones que ofrezca la empresa con el desempeño del trabajador.

Componente 1	
C3	0,854
C2	0,787
C4	0,578
C5	0,566

Figura 6. Matriz de componente de la variable Comunicación. Fuente: Elaboración propia

El análisis factorial del factor felicidad obtiene un único componente extraído, el cual está formado por F4, F3, F1 y F2, cuyos ítems hacen referencia a la política y procedimiento de la empresa, al dinero, al reconocimiento del trabajador y a expresar las opiniones.

Componente 1	
F4	0,757
F3	0,649
F1	0,617
F2	0,555

Figura 7. Matriz de componente de la variable Felicidad. Fuente: Elaboración propia

al obtener un alfa no muy elevado, se elimina un ítem para obtener un alfa mayor, el ítem que se quita es F2, con esta modificación se consigue que el alfa pase de 0.485 a 0.494.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregidos	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
F1	11,67	3,667	0,275	0,436
F2	12,69	2,22	0,264	0,494
F3	11,8	2,961	0,306	0,389
F4	11,78	3,333	0,383	0,357

Figura 8. Estadística de total de elemento de la variable Felicidad. Fuente: Elaboración propia

El último análisis factorial es el de la variable motivación la cual obtiene un solo componente que está compuesto por M3, M2, M1 y M4.

Para los factores concluyentes se analizó la fiabilidad sustentada en el alfa de Cronbach, al obtener un alfa no muy elevado, se elimina un ítem para obtener un alfa mayor, el ítem que se quita es M4, con esta modificación se consigue que el alfa pase de 0.567 a 0.677.

Componente 1	
M3	0,817
M2	0,788
M1	0,669
M4	0,454

Figura 9. Matriz de componente de la variable Motivación. Fuente: Elaboración propia

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
M1	13,04	3,078	0,389	0,479
M2	12,65	2,993	0,469	0,433
M3	12,71	2,812	0,44	0,432
M4	13,31	2,3	0,241	0,677

Figura 10. Estadística de total de elemento de la variable Motivación. Fuente: Elaboración propia

El cuestionario quedó formado por cuatro factores: ambiente laboral comunicación, felicidad y motivación a los que se les aplicó, junto con sus respectivos ítems, la correlación de Pearson y regresión.

Se ha calculado una regresión lineal, cuya variable dependiente es motivación.

A continuación, se muestra una tabla con la correlación y sus respectivas medias y desviación estándar.

Motivación	Edad	Sexo	Tipo de empresa	Ambiente	Comunicación	Felicidad	Media	Desviación Estándar
1	-0,24	0,335	-0,084	0,615	0,391	0,348	0	1
-0,243	1	-0,398	-0,181	-0,051	-0,126	-0,115	1,92	1,181
0,335	-0,4	1	0,075	0,138	0,102	-0,067	0,55	0,503
-0,084	-0,18	0,075	1	-0,098	-0,278	-0,208	1,76	0,839
0,615	-0,05	0,138	-0,098	1	0,393	0,363	0	1
0,391	-0,13	0,102	-0,278	0,393	1	0,309	0	1
0,348	-0,11	-0,067	-0,208	0,363	0,309	1	0	1

Figura 11. Matriz de correlación. Fuente: Elaboración propia

Ahora se va a proceder al análisis de regresión, cuya tabla se muestra a continuación.

	Beta	Error estándar	Significación
Motivación	0.222	0.415	0.872
Edad	-0.84	0.104	0.422
Sexo	0.451	0.239	0.066
Tipo de empresa	-0.011	0.139	0.938
Ambiente	0.481	0.124	0.000
Comunicación	0.121	0.124	0.335
Felicidad	0.138	0.122	0.264

Figura 12. Análisis de regresión. Fuente: Elaboración propia

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	sig.	Cambio en F
1	0,7	0,492	0,423	0,7599223	0,348	10,048	3	44		0

b. Predictores: (Constante), Tipo de empresa, Sexo, Edad, AMBIENTE, FELICIDAD, COMUNICACIÓN

Figura 13. Resumen del análisis de regresión. Fuente: Elaboración propia

Tal y como se puede observar en las tablas de arriba, el coeficiente de determinación $R^2=0.492$ es un valor elevado por lo que el ajuste es bueno. Concretamente indica que la variabilidad muestral del ambiente laboral, la felicidad y la comunicación ha explicado un 49.2% la variabilidad muestral de la motivación.

Con respecto a la variable explicada de comunicación, cuando aumenta la comunicación en un 0.121, suponiendo que se mantiene constante el ambiente laboral y la felicidad, estimamos en términos medios que la motivación media estimada aumenta en 0.222. Si nos fijamos en las demás variables explicativas se puede comprobar que la variable que

ejerce más influencia es el ambiente laboral, ya que cuando la motivación estimada media del trabajador aumenta en 0.222, suponiendo que se mantiene constante el resto de las variables, estimamos que el ambiente laboral aumenta en un 0.481. Además, es importante señalar que el sexo es significativo, al igual que el ambiente laboral.

Luego, el ambiente laboral es la variable más significativa porque esta influye en el comportamiento del individuo, ya que el clima laboral tal y como se mencionó anteriormente, está formado por un grupo de personas pertenecientes en la organización que están en constante interacción. Por tanto, aquí cobra especial importancia las relaciones humanas de los trabajadores porque si el empleado se siente integrado en su ambiente laboral este aumentará su producción, y con ello se consigue incrementar su eficiencia.

En nuestra investigación se constata los resultados del experimento de Hawthorn de Elton Mayo y sus colaboradores, ya que la producción del individuo depende la integración social. Hay que mencionar que Mayo pensaban que lo que verdaderamente motiva a un obrero es la necesidad de reconocimiento, la aprobación social y la colaboración en grupos sociales, es por ello por lo que lo más significativo de nuestro modelo objeto de estudio es el ambiente laboral, ya que este influye en todos estos aspectos.

Además de la integración hay otros factores que influyen en el empleado, aunque en menor medida.

Estos factores son la comunicación entre los miembros de la organización y la felicidad laboral. Estos están estrechamente relacionados porque un trabajador feliz aumenta su producción, el rendimiento y mejora la comunicación entre los miembros de la empresa. Es por ello, que esta variable cada vez se está teniendo más en cuenta en las empresas y de hecho recientemente ha surgido un nuevo puesto (CHO) que se encarga de motivar a los empleados. Algunas empresas como Google tienen este tipo de puesto, cuyas funciones que llevan a cabo son: fomentar la cooperación, crear iniciativas de motivación y mantener líneas de comunicación directas, entre otras.

Mientras que la variable comunicación es fundamental para conseguir un buen clima de compenetración e integración de los empleados y así aumentar la motivación y productividad.

Luego, la variable ambiente laboral es la más significativa porque engloba a las otras dos variables objeto de estudio, ya que para conseguir un buen clima laboral se necesita entre otras características, una buena comunicación y la felicidad del trabajador porque el ambiente depende de las relaciones sociales dentro de la empresa y ello se consigue con una buena comunicación, motivación y felicidad del empleado.

Por último, vamos a realizar un análisis descriptivo de cada variable. Para ello, se analiza de forma general cada ítem de cada variable a través de un estudio de frecuencia.

La variable ambiente laboral está compuesta por nueve ítems, de los cuales de manera general en cada uno de ellos las respuestas son positivas.

El ítem A1 hace referencia al conocimiento de los objetivos y metas de la organización, de aquí 32 personas consideran que es muy importante que la organización le haga conocer los objetivos y metas de su trabajo, 16 personas consideran que es extremadamente importante, 1 poco importante y 2 consideran que es indiferente. Es un indicador importante en el ambiente laboral, ya que el 60.4% consideran muy importante el conocimiento de los objetivos de la empresa.

A1					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2	1	1,9	2	2
	3	2	3,8	3,9	5,9
	4	32	60,4	62,7	68,6
	5	16	30,2	31,4	100
	Total	51	96,2	100	
Perdidos Sistema		2	3,8		
Total		53	100		

Figura 14. Análisis de frecuencia de objetivos y metas de la organización. Fuente: Elaboración propia

El ítem A6 hace mención a la autonomía del trabajador, tal y como se observa en la tabla de frecuencia, lo característico de este ítems es que el 49.1% de los encuestados, es decir, 26 trabajadores consideran extremadamente importante tener autonomía en su puesto, el 37.7% piensan que es muy importante y tan solo el 9.4% consideran que es poco importante.

A6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido		2	5	9,4	9,8
		4	20	37,7	39,2
		5	26	49,1	51
	Total	51	96,2	100	
Perdidos	Sistema	2	3,8		
Total		53	100		

Figura 15. Análisis de frecuencia de autonomía del trabajador. Fuente: Elaboración propia

El ítem A9 hace alusión al otorgamiento de capacitación del trabajador, al igual que los otros ítems anteriores, lo significativo de este es el que 66% piensan que es muy valioso que la empresa le otorga capacitación, el 18.9% piensan que es extremadamente valioso y tan solo el 1.9% consideran que es indiferente y el 9.4% piensan que es poco valioso.

A9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido		2	5	9,4	9,8
		3	1	1,9	2
		4	35	66	68,6
		5	10	18,9	19,6
	Total	51	96,2	100	
Perdidos	Sistema	2	3,8		
Total		53	100		

Figura 16. Análisis de frecuencia de capacitación del trabajador. Fuente: Elaboración propia

La variable comunicación está compuesta por cinco ítems y al igual que en ambiente general, se observa una clara tendencia hacia contestaciones positivas.

El ítem C3 hace alusión a la importancia del trabajador de tener una buena comunicación con su jefe, de aquí es muy destacado mencionar que el 56.6% han contestado que es extremadamente importante y el 39.6% que es muy importante, luego se puede decir que tener una buena comunicación con sus superiores influye en los empleados de manera positiva, ya que todos los encuestados consideran que es importante.

C3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido		4	21	39,6	41,2
		5	30	56,6	58,8
	Total	51	96,2	100	
Perdidos	Sistema	2	3,8		
Total		53	100		

Figura 17. Análisis de frecuencia de apoyo y comunicación. Fuente: Elaboración propia

El ítem C5 estudia si la comunicación con los superiores influye en el desempeño del trabajador, al igual que ocurría con el ítem anterior, la mayoría de los encuestados consideran que mucho con un 47.2%, es decir 25 personas, mientras que tan solo 3.8% de la población objeto de estudio piensan que influye poco. Es importante tener en cuenta este indicador porque afecta al desempeño laboral y con ello a la productividad de la empresa.

C5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2	2	3,8	3,9	3,9
	4	24	45,3	47,1	51
	5	25	47,2	49	100
	Total	51	96,2	100	
Perdidos	Sistema	2	3,8		
Total		53	100		

Figura 18. Análisis de frecuencia de rendimiento del trabajador. Fuente: Elaboración propia

La variable felicidad está formada por cuatro ítems, también muestra una tendencia positiva en la mayoría de las respuestas. Con respecto a F4, estudia si es importante para el trabajador expresar sus opiniones, de aquí se puede contemplar en la tabla de abajo que el 26.4% y 66% lo consideran extremadamente y muy importante, mientras que tan solo el 3.8% lo consideran poco. Luego, este indicador al igual que otros también es relevante, ya que la mayoría de la muestra le da importancia a tener opinión en la organización.

F4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2	2	3,8	3,9	3,9
	4	35	66	68,6	72,5
	5	14	26,4	27,5	100
	Total	51	96,2	100	
Perdidos	Sistema	2	3,8		
Total		53	100		

Figura 19. Análisis de frecuencia de libertad de expresión. Fuente: Elaboración propia

La variable motivación está compuesta por cuatro ítems, al igual que ocurre con los demás ítems las respuestas suelen ser de forma general positiva.

El ítem M4 hace referencia a si el trabajador se encuentra motivado para cumplir las responsabilidades de la empresa, de aquí se puede destacar que tan el 1.9% de la población objeto de estudio, es decir, 1 persona, no está nada motivado, por lo demás, el 32.1% está muy motivado y el 45.3% está bastante motivado.

M4					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	1	1,9	2	2
	2	9	17	17,6	19,2
	4	24	45,3	47,1	66,7
	5	17	32,1	33,3	100
	Total	51	96,2	100	
Perdidos	Sistema	2	3,8		
Total		53	100		

Figura 20. Análisis de frecuencia de grado de motivación. Fuente: Elaboración propia

Luego, de manera general podemos decir que en la mayoría de los ítems hay una tendencia positiva en las respuestas. En la variable ambiente laboral el ítem que más destaca es el de desarrollo personal y profesional, así como tener autonomía en el puesto de trabajo porque las respuestas han tenido un porcentaje elevado en “extremadamente importante” y “muy importante”, lo que indican que estos dos indicadores son importantes porque influyen en las posibilidades de crecimiento del individuo y reconocimiento.

La variable comunicación la hemos estructurado en cinco ítems, de los cuales cabe mencionar dos, que aluden a tener una buena comunicación con sus superiores y la de si tener una buena comunicación influye en el desempeño, estos dos ítems han tenido un porcentaje muy elevado en las respuestas, ya que el 49% consideran que tener una buena comunicación influye mucho en su rendimiento, y el 58.8% piensan que es importante tener buena comunicación con sus superiores. Por tanto, estos ítems señalan la importancia de tener una buena interacción social, ya que se ve influido en el rendimiento del trabajador.

La variable felicidad está compuesto por cuatro ítems, cabe mencionar que el ítem trata en que los empleados se les tengan en cuenta sus opiniones, ya que el 37.3% consideran que es extremadamente importante y el 52.9% muy importante, aquí se vuelve a poner de manifiesto la importancia de que el individuo forme parte de la empresa, es decir, que esté integrado y sea escuchado.

La última variable es la motivación, la cual destaca la importancia de sentirse motivado para obtener un buen desempeño, ya que el 60.8% de los encuestados consideran que hay estar bastante motivado para conseguir un buen desempeño. Por tanto, esta

variable es dependiente de las otras, ya que un trabajador feliz, con un buen ambiente y buena comunicación estará motivado en su puesto.

6. CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y VALORACIÓN PERSONAL

El objetivo de esta investigación se centra en estudiar la influencia de la comunicación en la empresa, el ambiente laboral, la felicidad en el trabajo con el desempeño del trabajador en función de la motivación.

Tras el análisis de las variables estudiadas se obtienen diferentes datos sobre correlación, regresión, factor y fiabilidad, y una única correlación significativa.

Los resultados obtenidos muestran que el ambiente laboral es la única variable significativa, por tanto, es la variable que ejerce mayor influencia en el desempeño laboral. Además, al realizar la regresión se ha comprobado que el sexo es también significativo. Mientras que las variables, comunicación y felicidad laboral no lo son.

Estos resultados no eran los esperados, ya que al inicio de la investigación se quería comprobar si la comunicación era influyente, y tal y como se ha podido comprobar no lo es, hecho que se debe a que el ambiente laboral incluye la comunicación, por tanto, ambas variables están relacionadas.

El ambiente laboral ha sido la única variable significativa porque depende en gran parte de las relaciones humanas, y con ello en la producción y eficiencia del trabajador. Además, engloba a las otras variables, porque para obtener un buen ambiente se necesita de una buena comunicación, motivación del empleado, así como que este se encuentre feliz en el puesto.

En cuanto a las limitaciones de esta investigación, hay que tener en cuenta que la muestra es muy reducida por lo que dificulta la generalización de los datos. De cara a otras investigaciones relacionadas sería recomendable aumentar el tamaño de la muestra, así como incluir un mayor número de variables que puedan afectar.

Otra limitación es referida al cuestionario, se recomienda que se obtenga otro que haya sido validado un mayor número de veces para facilitar los resultados de los datos, ya que al contar con unas preguntas no tan genéricas se ha tenido complicaciones en la solución de los datos, para mejorar los resultados se han eliminado algunos ítems para aumentar el alfa.

Como valoración personal, he de decir que los resultados no eran lo esperado, ya que pretendía demostrar a través de la investigación la importancia de la comunicación en la empresa, pero reducida muestra ha podido afectar a los resultados. No obstante, hay que mencionar que a pesar de que la variable comunicación no ha resultado significativa hay que decir que los ítems que la forman, algunos son dignos de mención como es el caso de si mantener una buena relación con sus superiores influye en el rendimiento del trabajador, donde de los 51 encuestados, 25 consideran que es muy influye y 24 opinan que es bastante.

7. BIBLIOGRAFIA

Cuadros Esclapez, Carmen (2015). *Protocolo y comunicación en la empresa y los negocios*. Madrid. Fc editorial: 8 ed.

Calixto, Bravo (2013). *Herramientas para un excelente ambiente laboral*. Reice, vol.1.

Cardona, Pablo (2006). *Trabajo en equipo*. IESE Business School. Universidad de Navarra.

Edgar Leyton, Aranda (2016). *Especialista en alta Gerencial* (Trabajo fin de grado). Universidad militar Nueva Granada. España.

Enidia Villamil Rodríguez, Elisa (2017). *La comunicación interna como herramienta estratégica de la empresa: Un análisis desde la gestión organizacional* (Seminario de investigación). Universidad militar Nueva Granada. España.

Fernández, I. (2015). *Felicidad organizacional: Como Construir Felicidad en el Trabajo*. Santiago de Chile: Ediciones B.

Fisher, C. D. (2010). Happiness at work. *International Journal of Management Reviews*, 384-412.

Gaitán, I., Breton, D. C., Urbano, H. L. C., Mahecha, C., & Arteaga, M. (2015). *Todo es cuestión de actitud. Gestión de la felicidad*. Harvard Deusto business review, (244), 6-17. Recuperado de https://ezproxy.umng.edu.co:2221/buscar/documentos?qu岸ysDismax.DOCUMENTAL_TODO=gerencia+de+la+felicidad

García Sanz, Virginia (2012). *La motivación laboral*. (Trabajo fin de grado). Universidad de Valladolid, España.

García, J. (2012). *Comunicación interna y universidad*. (Trabajo fin de Máster).

García Viamontes, Lic DiosVení. (2010). *Satisfacción Laboral. Una aproximación teórica, en Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Recuperado de www.eumed.net/rev/cccss/09/dgv.htm.

González Justo, Lozano Manuel (2003). *Capacitación para un desempeño efectivo*. EduSol, Vol.3 N.º 6, 25-40.

Kreps, Gary L. (1995). *La comunicación en las organizaciones*. Argentina. Addison Wesley Iberoamericana. 2ed.

Kanfer, R. (1990). *Motivation theory and industrial and organizational psychology*.

Katz, D. y R. Kahn. The social psychology of organizations. Nueva York: Wiley, 1966: 2da. Ed.1978.

Murray McGregor, Douglas (1960). *The Human Side of Enterprise*. América. American Management Association.

Netzahualcóyotl Gallaga García, Rafael (2009). *Teoría de las relaciones humanas*.

Núñez-Castro Utrilla, P; y Grande-Torrallaja, F., y Pedrosa-Ortega, C. (2012). *Nuevos retos en el desarrollo de carrera profesional: el modelo boundaryless career*. *Universia Business Review*, (34), 14-35.

Paladines Galarza, Fanny Yolanda, Valarezo González, Karina Paola, Yaguache Quichimbo,

Jenny Jovit (2013). *Artículo, integral, un factor determinante en la gestión de la empresa ecuatoriana*.

Quintero, N., & Africano, N., & Faría, E. (2008). *Clima Organizacional y Desempeño Laboral del Personal Empresa Vigilantes Asociados Costa Oriental Del Lago*. *Negotium*, 3 (9), 33-51.

Sánchez Díaz, Yeimy Yesenia (2017). *La Felicidad en el Incremento de la Productividad Organizacional* (Trabajo fin de grado). Universidad militar Nueva Granada. España.

Sánchez Gómez, Roberto (2014). *Gestión y psicología en empresas y organizaciones*. Madrid. España: Esic Editorial.

Tamayo Contreras, Porfirio (2016). *Percepción y satisfacción laboral como precursores de rotación de personal*. (Tesis doctoral).

Vroom, V.H. (1964). *Work and motivation*. New York: Wiley & Sons.

(14 noviembre 2016). Director de felicidad: un puesto de máxima responsabilidad. *Adecco*. Recuperado de <http://www.adeccorientaempleo.com/director-de-felicidad-responsabilidad/>.

8. ANEXO

Puesto de trabajo:

Edad: 20-30 31-40 41-50 51-60 61-70

Sexo:

Tipo de empresa (pequeña, mediana, grande):

Sector:

1. ¿Cuál es el grado de importancia para usted que la empresa le dé a conocer los objetivos y metas de su trabajo, así como los de la organización?
 - ☐ Extremadamente importante.
 - ☐ Muy importante.
 - ☐ Un poco importante.
 - ☐ Nada importante.
 - ☐ Indiferente.

2. ¿Es importante para usted que la empresa le haga sentirse bien con la actividad que realiza por tener los conocimientos requeridos para ello?
 - ☐ Extremadamente importante.
 - ☐ Muy importante.
 - ☐ Un poco importante.
 - ☐ Nada importante.
 - ☐ Indiferente.

3. ¿Cómo calificarías la importancia para usted que la empresa le ofrezca un desarrollo profesional y personal?
 - ☐ Extremadamente importante.
 - ☐ Muy importante.
 - ☐ Un poco importante.
 - ☐ Nada importante.
 - ☐ Indiferente.

4. ¿Cómo valoras que la organización le atienda según sus méritos generando un ambiente laboral adecuado?
 - ☐ Excelente.
 - ☐ Muy bueno.
 - ☐ Bueno.

- Regular.
 - Indiferente.
- 5. ¿Consideras importante para usted que la empresa resuelva sus conflictos laborales con imparcialidad?
 - Extremadamente importante.
 - Muy importante.
 - Un poco importante.
 - Nada importante.
 - Indiferente.
- 6. ¿Le parece importante que la empresa le dé autonomía para realizar su trabajo?
 - Extremadamente importante.
 - Muy importante.
 - Un poco importante.
 - Nada importante.
 - Indiferente.
- 7. ¿Es relevante para usted tener responsabilidades y obligaciones en la empresa?
 - Extremadamente relevante.
 - Muy relevante.
 - Un poco relevante.
 - Nada relevante.
 - Indiferente.
- 8. ¿Cómo es de importante para usted trabajar en equipo?
 - Extremadamente importante.
 - Muy importante.
 - Un poco importante.
 - Nada importante.
 - Indiferente.
- 9. ¿Consideras valioso el otorgamiento de capacitación por parte de la empresa?
 - Extremadamente valioso.
 - Muy valioso.

- Un poco valioso.
- Nada valioso.
- Indiferente

10. ¿Es importante para usted, que el supervisor de la empresa le ofrezca un trato justo (es decir, le dé una atención de acuerdo con sus méritos)?

- Extremadamente importante.
- Muy importante.
- Un poco importante.
- Nada importante.
- Indiferente

11. ¿Es importante para usted tener el apoyo y una buena comunicación con sus compañeros de trabajo?

- Extremadamente importante.
- Muy importante.
- Un poco importante.
- Nada importante.
- Indiferente

12. ¿Es importante para usted tener el apoyo y una buena comunicación con su jefe?

- Extremadamente importante.
- Muy importante.
- Un poco importante.
- Nada importante.
- Indiferente.

13. ¿Son influyentes para usted las prestaciones laborales (son beneficios adicionales al salario que el empresario da al trabajador como son el servicio de transporte, servicio de comida, guarderías, seguro médico etc.) que le ofrezca una empresa en su desempeño laboral?

- Extremadamente influyente.
- Muy influyente.
- Un poco influyente.
- Nada influyente.
- Indiferente

14. ¿Consideras que mantener una buena comunicación con tus superiores influye en tu rendimiento de trabajo?

- ☐ Mucho.
- ☐ Bastante.
- ☐ Poco.
- ☐ Nada.
- ☐ Indiferente.

15. ¿Son importantes para usted las políticas y procedimientos (promoción y salario) de una empresa?

- ☐ Extremadamente importante.
- ☐ Muy importante.
- ☐ Un poco importante.
- ☐ Nada importante.
- ☐ Indiferente

16. El dinero es lo más importante del trabajo. Respecto a esta afirmación está usted:

- ☐ Totalmente de acuerdo.
- ☐ Acuerdo.
- ☐ En desacuerdo.
- ☐ Totalmente en desacuerdo.
- ☐ Indiferente

17. ¿Es importante es para usted el ser reconocido cuando realiza bien su trabajo?

- ☐ Extremadamente importante.
- ☐ Muy importante.
- ☐ Un poco importante.
- ☐ Nada importante.
- ☐ Indiferente

18. ¿Cuál es el grado de importancia para usted el expresar sus opiniones, y que éstas sean tomadas en cuenta?

- ☐ Extremadamente importante.
- ☐ Muy importante.
- ☐ Un poco importante.
- ☐ Nada importante.
- ☐ Indiferente.

19. ¿La empresa le ayuda a desarrollar actitudes adecuadas para el desempeño de su tarea a través de talleres de motivación?

- ☐ Totalmente de acuerdo.
- ☐ Acuerdo.
- ☐ En desacuerdo.
- ☐ Totalmente en desacuerdo.
- ☐ Indiferente.

20. ¿Cómo valoras que tu nivel de motivación influya en tu desempeño laboral?

- ☐ Mucho
- ☐ Bastante
- ☐ Poco
- ☐ Nada
- ☐ Indiferente

21. ¿Considera usted que el buen desempeño de los trabajadores radica en sentirse motivado por reconocimientos internos y satisfacción de necesidades?

- ☐ Mucho.
- ☐ Bastante.
- ☐ Poco.
- ☐ Nada.
- ☐ Indiferente.

22. ¿Se encuentra motivado y con voluntad para cumplir con las responsabilidades asignadas dentro de la empresa?

- ☐ Mucho.
- ☐ Bastante.
- ☐ Poco.
- ☐ Nada.
- ☐ Indiferente.